



دانشگاه پیام نور
دانشکده علوم انسانی
گروه زبان‌شناسی و زبان انگلیسی

موضوع:

پژوهی کاربردی سبک گفتاری زبان فارسی در مکالمات خرید و فروش

بر اساس متغیرهای جنسیت، سن و طبقه اجتماعی

پایان نامه

جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

در رشته زبان‌شناسی همگانی

استاد راهنما:

دکتر بهمن زندی

استاد مشاور:

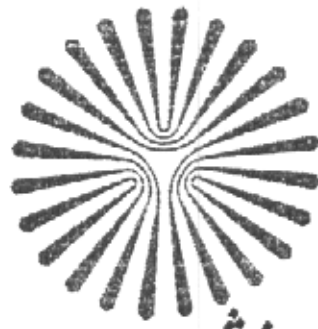
دکتر بلقیس روشن

مؤلف:

فاطمه سوری

اسفند ۱۳۸۵

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور

تصویب نامه

پایان نامه تحت عنوان:

بررسی کاربرد سبک گفتاری زبان فارسی در مکالمات خرید و فروش بر اساس متغیرهای جنسیت سن و طبقه اجتماعی

درجه: عالی

نمره: ۱۹

تاریخ دفاع ۸۵ / ۱۲ / ۱۵

اعضای هیات داوران:

نام و نام خانوادگی

۱- آقای دکتر بهمن زندی

۲- سرکار خانم دکتر بلقیس روشن

۳- آقای دکتر مهدی سمائی

۴- سرکار خانم دکتر بلقیس روشن

امضاء

هیات داوران

استاد راهنما

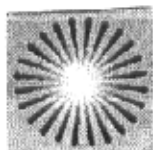
استاد مشاور

استاد داور

نماینده گروه

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



دانشگاه پیام نور
دانشکده علوم انسانی
گروه زبان‌شناسی و زبان انگلیسی

موضوع :

بررسی کاربرد سبک گفتاری زبان فارسی در مکالمات خرید و فروش
بر اساس متغیرهای جنسیت، سن و طبقه اجتماعی

پایان نامه

جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد
در رشته زبان‌شناسی همگانی

استاد راهنما:

دکتر بهمن زندی

استاد مشاور:

دکتر بلقیس روشن

مؤلف :

فاطمه سوری

اسفند ۱۳۸۵

شکر و قدردانی :

در فرآیند انجام این پژوهش، بسیاری از استادان، دوستان و همکاران به طور مستقیم یا غیر مستقیم سهم و نقش داشته اند.

استادان گرانقدر گروه زبان‌شناسی دانشگاه پیام نور خصوصا اساتید فرزانه جناب آقای دکتر زندی و سرکارخانم دکتر روشن که همواره مرا از رهنمودهای فاضلانه خود بهره مند نمودند و چون مرشدی دلسوز مرا به طی طریق دلگرم ساختند.

همسر م که با بردباری و شکیبایی و ایجاد فرصت و آرامش لازم، انجام پژوهش را امکان پذیر، تسریع و تسهیل نمود.

فروشنندگان مناطق مختلف کلان شهر تهران که در این تحقیق نهایت همکاری را با این جانب داشتند.

دانشجویان دوره کارشناسی ارشد زبان شناسی دانشگاه پیام نور که در تهیه برخی منابع مرا یاری کردند. از تمام این عزیزان و بزرگواران که در فرآیند تحقیق، تدوین، نگارش، تایپ و تکثیر این پژوهش مرا یاری نموده اند متواضعانه و صمیمانه تشکر می نمایم و از خداوند مهربان که "بهترین بهترینها" و "بهترین یکتای بی همتاست" برای همه آنان "بهترین ها" را آرزو می کنم.

تقدیم به :

- پدر و مادر عزیزم که وجودم پرتوی از خورشید وجودشان و طراوت دلم نسیمی از بهار عمرشان است.
- همسرم که با گذشت و صمیمیت همواره مرا یاری داده است.

چکیده:

تحقیق حاضر به تجزیه و تحلیل ساختار سبک گفتاری زبان فارسی در مکالمات خرید و فروش و تاثیر متغیرهای غیر زبانی طبقه اجتماعی، سن و جنسیت فروشندگان و خریداران بر آن می پردازد. از جنبه توصیفی این تحقیق گستره ای شایان توجه از کاربرد زبان فارسی را تشکیل می دهد که تا کنون بدان نپرداخته اند. از جنبه نظری، حاصل این پژوهش می تواند ادعاهای نظری پیشینیان را مورد بررسی قرار داده و دیدگاهها و نظرات اندیشمندان مختلف را مورد ارزیابی قرار دهد. از جنبه کاربردی، حاصل این تحقیق می تواند در اختیار صاحب نظران و برنامه ریزان ذی ربط قرار گیرد تا از آن به بهترین وجه جهت تربیت و هدایت نیروی فروشنده کارآمد و همچنین فرهنگ سازی در این زمینه استفاده شود.

در این تحقیق روش پیمایشی براساس انتخاب جمعیت نمونه به کار گرفته شد. همچنین با بهره گرفتن از روش نمونه گیری تصادفی به ضبط داده ها پرداخته شد. بدین ترتیب، با جمع آوری داده ها و توصیف اطلاعات مربوط و ارایه الگوی کلی داده ها در قالب جداول و نمودارها و استفاده از تکنیک های آمار توصیفی، به تجزیه و تحلیل داده ها پرداخته شد.

در تحقیق حاضر، جامعه آماری شامل فروشندگان و خریداران از سه طبقه اجتماعی بالا(خیابان میرداماد)، طبقه متوسط(میدان هفت تیر) و طبقه پایین (چهار راه گلوبندک) براساس سن و جنسیت آنها می باشد. نمونه آماری نیز به تعداد ۱۰ نفر از هر طبقه انتخاب شد.

برای کسب اطلاعات مورد نظر در این تحقیق، از منابعی چون کتابها، پژوهش های انجام شده در این زمینه، مجلات و نشریات مربوط و از طریق اینترنت برای یافتن مقاله های مرتبط با موضوع، استفاده شده است. برای مشخص شدن مسیرکار، از بین مدل ها و نظریه های مختلفی که می توانست در این تحقیق استفاده شود، مدل "هالیدی و حسن" انتخاب شده است. این مدل برای تجزیه و تحلیل ساختار متن عوامل مختلفی را به شرح زیر شامل می گردد.

اجزای اجباری متن شامل: درخواست خرید، اجابت خرید، فروش، خرید، بست فروش

اجزای اختیاری متن شامل: آغاز خرید، سلام و احوالپرسی، پایانه

اجزای تکریری متن شامل: پرسش فروش، اجابت فروش، درخواست خرید

در این تحقیق، تمامی عوامل فوق در تجزیه و تحلیل ساختار متن در مکالمات خرید و فروش با توجه به متغیرهای جنسیت، سن و طبقه اجتماعی تشخیص داده می شوند. با توجه به نتایج حاصل از بررسیهای فوق نشان داده خواهد شد که گروههای طبقاتی با جنسیت زن و مرد و گروههای سنی مسن و جوان از نظر انتخابهای ساختاری و واژگانی با هم متفاوت می باشند.

در نهایت با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش، اینچنین می نماید که کاربرد سبک مودبانه بین فروشنده و خریدار غیر هم سن بارزتر از کاربرد آن بین فروشنده و خریدار هم سن می باشد. بدین معنی که ساختار متن از لحاظ عناصر ساختاری و واژگانی بین گروههای غیر هم سن و گروههای هم سن متفاوت می باشد. این تفاوت در بین گروههای غیر هم سن به ویژه به عنوان نشانه ادب و فرهنگ بالا پدیدار می شود. این تفاوتها خصوصا در بین گروههای غیر هم جنس زن و مرد نمایان تر است. به ویژه زمانی که فروشنده زن و خریدار مرد باشد، این تفاوتها نشانگر کاربرد سبک مودبانه می باشد.

تجزیه و تحلیل ساختار متن در رابطه با عناصر واژگانی و دستوری و نیز درصد حذف آنها در بین طبقات مختلف اجتماع، نشان می دهد که طبقات بالا و متوسط اجتماع نسبت به گفتار خود حساس تر بوده و سعی در استفاده از شکل صحیح و کامل جملات و در نتیجه سبک رسمی و مودبانه را دارند.

فهرست منابع

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات تحقیق
۲	۱-۱- مقدمه
۳	۱-۲- بیان مساله و اهمیت تحقیق
۴	۱-۳- پرسشهای تحقیق
۴	۱-۴- روش تحقیق
۵	۱-۵- قلمرو تحقیق
۵	۱-۶- محدودیت های تحقیق
۵	۱-۷- برخی مفاهیم بنیادی
۵	۱-۷-۱- جامعه شناسی زبان
۶	۱-۷-۲- گونه استانده
۶	۱-۷-۳- لهجه و گویش
۷	۱-۷-۴- گویش فردی
۷	۱-۷-۵- سبک و سیاق
۸	فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق
۹	الف (مبانی نظری)
۱۰	۱-۲- زبان و جامعه
۱۰	۲-۲- گوناگونی های زبانی
۱۱	۳-۲- متغیرها
۱۱	۱-۳-۲- طبقه اجتماعی
۱۸	۲-۳-۲- جنسیت
۲۰	۳-۳-۲- سن
۲۲	۴-۲- متن
۲۳	۵-۲- گفتار
۲۴	۶-۲- گفتگو
۲۴	۱-۶-۲- تبدلات مکالمه ای دویاره گفتار تک

۲۴ ۲-۶-۲- گفتگوهای پیوسته.
۲۵ ۳-۶-۲- گفتگوهای مارپیچی.
۲۵ ۷-۲- ساختار متن
۲۶ ۸-۲- یک متن وبافت آن
۲۶ ۹-۲- پیکربندی بافتی
۲۷ ۱۰-۲- پیکر بندی بافتی و ساختار متن: ملاحظات کلی.
۲۸ ۱-۱۰-۲- میدان گفتمان
۲۸ ۲-۱۰-۲- فحوای گفتمان
۲۹ ۳-۱۰-۲- شیوه گفتمان
۳۱ ۱۱-۲- اجزای متن
۳۱ ۱-۱۱-۲- اجزای اجباری
۳۳ ۲-۱۱-۲- اجزای اختیاری
۳۶ ۳-۱۱-۲- اجزای تکریری
۴۰ (ب) پیشینه تحقیق
۵۱ فصل سوم: روش شناسی تحقیق
۵۲ ۱-۳- مقدمه
۵۲ ۲-۳- موقعیت ها
۵۲ ۱-۲-۳- موقعیت های مربوط به طبقه اجتماعی بالا
۵۳ ۲-۲-۳- موقعیت های مربوط به طبقه اجتماعی متوسط
۵۳ ۳-۲-۳- موقعیت های مربوط به طبقه اجتماعی پایین
۵۳ ۳-۳- روش تحقیق
۵۴ ۴-۳- جامعه آماری
۵۴ ۵-۳- نمونه آماری
۵۴ ۶-۳- روش های جمع آوری اطلاعات
۵۵ ۷-۳- مدل تحقیق و متغیرهای آن
۵۶ فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها
۵۸ ۱-۴- نمونه مکالمات خرید و فروش در زبان فارسی
۵۸ ۱-۱-۴- مکالمات مربوط به طبقه اجتماعی بالا

عنوان

صفحه

۶۲	۴-۱-۲- مکالمات مربوط به طبقه اجتماعی متوسط.....
۶۶	۴-۱-۳- مکالمات مربوط به طبقه اجتماعی پایین.....
۶۹	فصل پنجم: خلاصه، نتیجه گیری و آرایه پیشنهادها.....
۷۰	۵-۱- خلاصه و بحث.....
۷۲	۵-۱-۱- کاربرد عناصر واژگانی.....
۷۴	۵-۱-۲- کاربرد برخی عناصر دستوری.....
۷۷	۵-۲- نتیجه گیری.....
۸۰	۵-۳- پیشنهادها.....
۸۱	فهرست منابع.....
۸۱	۱- منابع فارسی.....
۸۲	۲- منابع انگلیسی.....
۸۴	واژه نامه فارسی به انگلیسی.....
۸۶	واژه نامه انگلیسی به فارسی.....

فصل اول:

کلیات تحقیق

زبان در اصل نظامی ذهنی است که به صورت ابزاری آوایی یا نوشتاری ظاهر می‌شود و عمده ترین نقش آن ارتباط و انتقال معانی از یک فرد انسان به فرد یا افراد دیگر است. افراد انسان با به کار گرفتن قاعده های زبان و تولید واژه ها با یکدیگر ارتباط برقرار می کنند. از همین رو، به روشنی پیداست که زبان به میزان زیادی با زندگی انسان، یعنی با فعالیت‌های ذهنی و روانی او آمیخته است. به علاوه زبان تقریباً از آغاز تا پایان زندگی انسان همراه او است.

زبان وسیله ارتباط بین افراد جامعه است. زبان وسیله ای است که می تواند افراد جامعه را به هم پیوند دهد، و در نتیجه یک واحد اجتماعی به وجود آورد، به عبارت دیگر زبان مهمترین وسیله ارتباطی بشر و پایه همه نهادهای اجتماعی اوست. بدین معنی که افراد یک اجتماع به منظور آگاهی از مقاصد و نیات یکدیگر و برای برقراری ارتباط با همدیگر عناصر آن را برقرار کرده اند. بنابراین باید زبان را از زمره نهادهای اجتماعی دانست.

زبان نه تنها مهمترین وسیله ارتباطی بشر بلکه پایه اغلب نهادهای دیگر اجتماعی نیز می باشد و به دلیل سرشت اجتماعی خود هماهنگ با اختلاف جوامع مختلف است. به سخن دیگر با این که نهاد^۱ در همه جوامع بشری وجود دارد و وظیفه و نقش آن در همه جا یکسان نیست و نحوه عمل آن در هر اجتماع با اجتماع دیگر آشکارا تفاوت دارد. به طوری که هر شکلی از زبان فقط در میان افراد جماعتی معین می تواند وظیفه برقراری ارتباط و تفاهم را به جای آورد.

زبان به عنوان مهمترین خصیصه نوع انسان دارای ساختی نظام مند است که نقش های مهمی را در تعاملات فردی و اجتماعی ما ایفا می کند. مهمترین این نقش ها "نقش ارتباطی زبان"^۲ است. با این حال زبان عنوان نظامی یکپارچه خود تنوعاتی دارد که شامل گونه های فردی، اجتماعی و جغرافیایی و همچنین سبک، سیاق و رسانه های مختلف می شود. هر زبان از ساخت های درونی شامل ساخت آوایی، صرفی، نحوی، معنایی و گفتمانی تشکیل شده که مجموعاً "توانش زبانی"^۳ اهل زبان را تشکیل می دهند.

با وجود این برای برقراری ارتباط زبانی، هر شخص باید اصول و قواعد کاربرد شناختی زبان شامل اصول استفاده مناسب از عناصر زبانی در موقعیت های اجتماعی مربوط، قواعد غیر کلامی موثر بر ارتباط زبانی و عناصر فرا زبانی حاکم بر گفتار را رعایت کند. [۴۲:۵]

"هر زبان دارای گونه های فردی، محلی و اجتماعی متفاوت است که به وسیله افراد و گروه‌های اجتماعی گوناگون در مناطق جغرافیایی مختلف و در موقعیت های اجتماعی متفاوت به کار گرفته می شوند. بنابراین، رفتار زبانی گویندگان یک زبان به لحاظ ویژگی‌های فردی و گروهی با یکدیگر متفاوت است. درگفتار یک گوینده واحد نیز بر حسب موقعیت اجتماعی ثابت، مفهومی معین را به بیش از یک صورت بیان کند و حتی در مواردی که کلیه عوامل اجتماعی و فردی ثابت باشند و

¹ Institution

² Communicative function

³ Linguistic competence

یک گوینده واحد، جمله واحدی را در یک موقعیت اجتماعی ثابت بیش از یک بار ادا کند، ممکن است باز هم تفاوت‌های جزئی در گفتار او وجود داشته باشد." [۶: ۱۲۹-۱۳۰]

زبان نقش مهمی در امر ارتباط دارد و از طریق ارتباط همکاری اجتماعی برقرار می‌شود. " در کودک انسان رفتار غیرکلامی موثر در ارتباط زبانی، در کنار کسب مهارت‌های کلامی تحقق می‌پذیرد." [۴: ۵۱]

در جوامع مختلف اهمیت زبان، به عنوان یک ابزار ارتباطی برای نوع بشر مفید می‌باشد. انتقال یک تجربه به شخص دیگر، یا مرادوات دوستی به چگونگی انتقال از طریق زبان وابسته می‌باشد، لذا کلیه سیستم‌های اجتماعی براساس روابط بنیادی در سطوح مختلف در بین افراد یک جامعه بنا می‌شود. چگونگی استفاده از زبان در اجتماع یک مهارت به حساب می‌آید و کسانی می‌توانند موفق شوند که بتوانند به خوبی کاربرد آن را آموخته باشند.

امروزه، محققین می‌باید به زبان به عنوان جز درونی و لاینفک فرهنگ هر جامعه ای بنگرند. برای جامعه شناسان، درک زبان از اهمیت بالایی برخوردار است. خصوصاً که گونه‌ی خاصی از زبان مختص گروه خاصی درون جامعه می‌باشد. جامعه‌شناسی زبان ارتباط بین جامعه‌شناسی و زبان را بازگو می‌کند.

می‌توان سن را نیز از جمله عواملی دانست که موجب پیدایش تنوعات و گوناگونی‌های زبانی در یک جامعه می‌شود و براساس این متغیر است که می‌توان بخشی از این تنوعات و گوناگونی‌ها را توضیح داد. تفاوت‌هایی که در رفتار زبانی گروه‌های سنی گوناگون و نسل‌های مختلف گویندگان یک زبان مشاهده میشوند، در بلندمدت سبب پیدایش تغییرات زبانی تاریخی می‌گردند. امروز، جامعه‌شناسان زبان با تکیه بر پژوهش‌های تجربی خود مدعی هستند که این نوع تغییرات حتی در کوتاه مدت و در فاصله دو سه نسل نیز قابل مشاهده‌اند.

۱-۲- بیان مسئله و اهمیت تحقیق

هنگامی که به بررسی جامعه‌شناسان بدان اصطلاح به آنها بوتیک دار هم گفته می‌شود می‌پردازیم، متوجه می‌شویم که رفتار و گفتار آنان بسته به نوع خریدار کم و بیش متفاوت است. این اختلاف ممکن است در سطوح مختلفی چون صرف، نحو، آوا و واژگان باشد. عوامل غیر زبانی مختلفی در ایجاد این تفاوت دخیل است. در جامعه‌شناسی زبان فرهنگ خرید و فروش ایرانی از جمله موضوعاتی است که تاکنون از جنبه‌های مختلف بدان پرداخته نشده است. به همین دلیل جای پژوهشی علمی در زمینه مکالمات خرید و فروش در چارچوب زبان‌شناسی می‌تواند به گونه‌ای مطلوب این خلاء توصیفی، نظری و کاربردی را پر کند.

از جنبه توصیفی، این تحقیق گسترده‌ای شایان توجه از کاربرد زبان فارسی را تشکیل می‌دهد که تاکنون بدان نپرداخته‌اند. بدیهی است توصیف این گسترده، داده‌های زبانی با اهمیتی را برای مطالعات علمی به ارمغان خواهد آورد.

از جنبه نظری، حاصل این پژوهش می تواند ادعاهای نظری پیشینیان را مورد بررسی قرار داده و دیدگاهها و نظرات اندیشمندان مختلف را مورد ارزیابی قرار دهد.

از جنبه کاربردی، حاصل این تحقیق می تواند در اختیار صاحب نظران و برنامه ریزان ذی ربط قرار گیرد تا از آن به بهترین وجه جهت تربیت و هدایت نیروی فروشنده کارآمد استفاده شود. پیشنهاد عنوان در پژوهش حاضر به قصد تجزیه و تحلیل ساختار سبک گفتاری در مکالمات خرید و فروش بر طبق روش " هالیدی و حسن " می باشد. بر این اساس متغیرهای جنسیت، سن و طبقه اجتماعی و تاثیر آنها روی سبک گفتاری فروشندگان و خریداران مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱-۳- پرسشهای تحقیق

آنچه به عنوان پرسشهای مطرح شده در ارتباط با این پژوهش می تواند بیان گردد، به شرح ذیل می باشد:

- ۱- آیا بین جنسیت فروشندگان و خریداران و سبکی که در مکالمه خرید و فروش به کار می برند، رابطه ای وجود دارد؟
- ۲- آیا بین سن فروشندگان و خریداران و سبکی که در مکالمه خرید و فروش به کار می برند، رابطه ای وجود دارد؟
- ۳- آیا بین طبقه اجتماعی فروشندگان و خریداران و سبکی که در مکالمه خرید و فروش به کار می برند، رابطه ای وجود دارد؟

۱-۴- روش تحقیق

در این تحقیق روش پیمایشی براساس انتخاب جمعیت نمونه بکار گرفته می شود. این تحقیق با استفاده از ضبط داده ها به بررسی کاربرد سبک گفتاری مورد استفاده در مکالمات خرید و فروش می پردازد که در آن سه متغیر جنسیت، سن و طبقه اجتماعی به عنوان سه عامل تاثیر گذار بررسی می شود. بدین منظور جامعه آماری انتخاب شده از سه طبقه اجتماعی بالا، متوسط و پایین فروشگاهها و مغازه های سه منطقه شهری در کلان شهر تهران انتخاب شده اند. انتخاب از هر طبقه اجتماعی با توجه به جنسیت و سن تعداد ۱۰ نفر می باشد.

در این تحقیق با جمع آوری داده ها و توصیف اطلاعات مربوط و آرایه الگوی کلی داده ها در قالب جداول و استفاده از تکنیک های آماری به تجزیه و تحلیل مجموعه داده ها پرداخته خواهد شد. برای تجزیه و تحلیل داده های به دست آمده در این تحقیق، از روش های آماری توصیفی استفاده خواهیم کرد.

۱-۵- قلمرو تحقیق

با توجه به بررسیهای انجام شده در زمینه تاثیر متغیرهای جنسیت، سن و طبقه اجتماعی در تفاوت گفتاری میان فروشندگان و خریداران در کلان شهر تهران، فروشگاهها و مغازه های مناطق

۱- خیابان میرداماد، ۲- میدان هفت تیر، ۳- بازار بزرگ تهران (چهارراه گلوبندک)، تحقیق حاضر برای بررسی تاثیر سه متغیر مذکور و تاثیر آنها در مکالمات خرید و فروش انجام شده است.

۱-۶- محدودیت های تحقیق

مشکل هایی که در جامعه ما در امر تحصیل، تحقیق و تتبع وجود دارد برکسی پوشیده نیست. از یک سو، کمبود کتاب، معدود بودن تعداد کتابخانه ها و امکانات کم آنها و از سوی دیگر قوانین و مقررات دست و پاگیری که در رابطه با استفاده از همین تعداد محدود کتابها وجود دارد، همه و همه مشکل هایی است که جامعه محصل و تحصیل کرده با آن روبروست.

مشکل عمده دیگری که در مسیر کار دانشجویان در زمینه انجام تحقیق های علمی و عملی وجود دارد، عدم آشنایی جامعه ما با فرهنگ تحقیق است. یافتن داوطلب جهت نمونه برداری و ضبط مواد هم مشکل عمده دیگری بود که از سرعت کار کاست.

۱-۷- برخی مفاهیم بنیادی

۱-۷-۱- جامعه شناسی زبان:

هر چند که خصلت اجتماعی زبان به طور کلی مورد پذیرش و تاکید دانشمندان قرار داشته و زبان همواره یک نهاد اجتماعی به شمار آمده است، اما تا همین اواخر به نقش عوامل اجتماعی در ساخت، کاربرد و تحول زبان چندان توجهی نمی گردید. در واقع، مطالعات افرادی مانند ویلیام لباو را باید از نخستین گام های اساسی در این رشته دانست.

به نظر لباو، بررسی زبان در بافت اجتماعی آن در واقع موضوع اصلی علم زبانشناسی است. به بیان دیگر، مطالعه و توصیف زبان که موضوع اصلی زبانشناسی است، باید در بافت اجتماعی آن انجام گیرد و به واسطه خصلت اجتماعی زبان نمی توان بدون توجه به متغیرهای اجتماعی گوناگون به بررسی کامل آن پرداخت. در واقع، میان ساخت زبان و ساخت جامعه و روندها و متغیرهای زبانی و اجتماعی، رابطه ای نزدیک و تنگاتنگ وجود دارد و مطالعه زبان جدا از بافت اجتماعی آن، نمی تواند توصیفی همه جانبه و واقع گرایانه از آن به دست دهد.

با این همه، در حال حاضر "زبانشناسی" به مطالعه ساخت زبان در سطوح مختلف می پردازد بدون آن که عوامل اجتماعی را در این بررسی دخالت دهد، و بررسی زبان در بافت اجتماعی - فرهنگی آن موضوع یکی از شاخه های این علم یعنی "جامعه شناسی زبان"^۱ یا "زبان شناسی اجتماعی"^۲ است. به عبارت دیگر زبانشناسی محض بیشتر به بعد ساختاری زبان می پردازد و ساخت زبان را توصیف می کند و جامعه شناسی زبان، بیشتر به بعد نقشی^۳ زبان توجه دارد. [۱۵:۶]

^۱ Sociology of language

^۲ Sociolinguistics

^۳ Functional

برخی از زبان‌شناسان میان دو اصطلاح "جامعه شناسی زبان" و "زبان‌شناسی اجتماعی" تمایز قابل شده اند. به عنوان مثال فیشمن معتقد است که جامعه شناسی زبان حوزه ای گسترده تر دارد و برخورد آن با زبان، بیشتر جامعه شناختی است، اما زبان‌شناسی اجتماعی در واقع همان زبان‌شناسی است که در مطالعه زبان، بافت اجتماعی - فرهنگی را نیز مورد توجه قرار می دهد. به نظر لاباو، جامعه شناسی زبان عوامل اجتماعی و ارتباط متقابل آنها را با زبان در سطحی کلان مورد بررسی قرار می دهد و زبان شناسی اجتماعی به مطالعه زبان در بافت اجتماعی می پردازد. هادسن نیز جامعه شناسی زبان را مطالعه زبان به عنوان یک پدیده اجتماعی و زبان‌شناسی اجتماعی را بررسی زبان در ارتباط با جامعه می داند. با این همه، این دو اصطلاح غالباً به جای یکدیگر به کار گرفته می شوند زیرا به قول فیشمن وجوه اشتراک آنها بیش از وجوه افتراقشان است. [۱۵:۶]

۱-۷-۲- گونه استانده^۱:

گونه ای است که شالوده یک زبان را به صورت مکتوب در روزنامه ها و کتابها تشکیل می دهد، در وسایل ارتباط جمعی به کار می رود، و در مدارس تدریس می گردد. این گونه، گونه ای است که معمولاً ما تلاش می کنیم به کسانی بیاموزیم که قصد یادگیری آن زبان را به عنوان زبان دوم خود دارند. واضح است که این گونه زبانی با تحصیلات مرتبط است و به همراه زبان نوشتاری به راحتی توصیف می گردد. [۲۲۷:۲۹]

در حقیقت گونه ای که به صورت زبان استانده گسترش یابد، بامرکزیت سیاسی و فرهنگی اتصال دارد.

۱-۷-۳- لهجه^۲ و گویش^۳:

هرکاربر زبانی با یک لهجه خاص خود صحبت می کند. احتمالاً بعضی افراد انواع متمایز و شناخته شده ای از لهجه را دارند. واژه لهجه در کاربرد تکنیکی آن، محدود به توصیف آن جنبه های تلفظی می شود که تعیین کننده محلی است که فرد گوینده به آنجا تعلق دارد. بنابراین لهجه از گویش متفاوت می باشد زیرا گویش به ویژگیهای دستور و واژگانی به همراه ویژگیهای آوایی اطلاق می شود.

۱-۷-۴- گویش فردی^۴:

واژه "گویش فردی" برای گویش انفرادی هر سخنگوی یک زبان خاص به کار می رود. عوامل دیگری از جمله کیفیت صدا، و حالت فیزیکی که ویژگیهای تعیین کننده در گفتار فردی هستند و بسیاری از عوامل اجتماعی گویش فردی هر سخنگو را تبیین می کنند.

¹Standard language

² Accent

³ Dialect

⁴ Idiolect

۱-۷-۵- سبک^۱ و سیاق^۲:

یکی دیگر از گونه های زبانی در گفتار فردی به موقعیت گفتار مربوط می باشد. سبک گفتار از بسیار رسمی تا بسیار غیر رسمی درجه بندی می شود. برای مثال یک فرد، زمانی که برای مصاحبه شغلی حضور می یابد از سبک رسمی تری استفاده می کند. همان فرد در برخورد و صحبت با دوست خود به گونه ای با رسمیت بسیار کمتر صحبت می کند :

تفاوت در سبک در زبان نوشتاری نیز یافت می شود؛ برای مثال در نامه های اداری در برابر نامه دوستانه. اگر چه الگوی کلی این است که یک شکل نوشتاری در برابر گفتار معادل آن می بایست به سبک رسمی تری ادا شود.

گوناگونی زبانی در ارتباط با کاربرد زبان در موقعیت های خاص در ارتباط با سیاق سخن مورد مطالعه قرار می گیرد .

واضح است که یکی از ویژگیهای کلیدی و مهم در ارتباط با سیاق، کاربرد "واژه حرفه ای"^۳ و ویژه می باشد که به صورت واژگان فنی مرتبط با یک فعالیت یا گروه خاص تعریف می شود. از لحاظ اجتماعی،... به افراد کمک می کند تا افراد مشمول را به هم مرتبط سازد و دیگران را حذف کند [۲۹ : ۲۲۷-۲۲۸، ۲۴۴-۲۴۵]. جامعه شناسان زبان می کوشند تا سیاقها را با زمینه های اجتماعی یا با فحوای موقعیتشان پیوند دهند. این کار می تواند مضمونهای جالبی را در برگرد، چون زبان همواره آینه روشنی از نگرشهای اجتماعی است. برای مثال سبک و سیاق سخن بعضی اوقات می تواند وابسته به امتیازات طبقاتی، سن و جنسیت باشد.

¹ Style

² Register

³ Jargon

فصل دوم:

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

الف) :

مبانی نظری